融媒体时代，直播让电视节目重新焕发精神

摘　要：当前科学技术快速发展，新媒体如微博、微信等快速进步，对电视媒体产生了强烈的冲击。现代化的发展使得传统媒体的位置逐渐提高。新媒体的传播形式比较丰富，渠道也比较广，精准度高，并且有很强的互动性。电视节目直播就是其中一种，能够同步转播事件。本文就融媒体时代下的电视节目直播进行简要的研究与探讨。

关键词：融媒体；电视节目；直播

中图分类号：G206.2　　**文献标识码：**A

文章编号：1671-0134（2017）05-042-02　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.05.007

■文 / 姜　涛

电视节目播放中，要提高电视媒体的整体形象，扩大电视媒体的影响力，使其能够在众多新媒体的冲击下占有优势地位，就应积极开展电视节目的现场直播。通过直播提高电视节目的收视率，提高其名声，形成品牌效益[1]。

1. 融媒体时代电视节目直播的特点

当前社会各方面都快速发展，行业竞争以及监管等逐渐推进，直播不仅是单纯的娱乐，更能够将媒介的属性展示出来，成为当前最受欢迎的一种信息表达形式。电视媒体是视频的生产者，进行实时的直播、互动，能够使电视节目的内容、形式等重新焕发出精神。

1.1 多元化的传播方向

融媒体时代，传统媒体正与新媒体积极融合，因此需要将各种媒介的优势发挥出来，使传播效果得以优化[2]。一直以来直播最受质疑的问题就是内容，尽管监管政策连续发布，但是依然有平台以及主播等播出低俗的内容，这就表明行业中的优质、原创内容还缺失。电视媒体中有优秀的主持、团队，每天会出现大量的视频内容，制作团队的专业性以及内容更加精良，能够弥补直播行业中的不足，电视节目的直播应该创新，使其朝着更多元化的方向发展。

1.2 传播范围扩大

电视节目使用直播模式，联动网络与电视台，使节目的传播范围得以扩大，实现好的传播效应。如 2017 年湖南卫视的跨年演唱会，通过“先网后台”的形式播出，直播中使用 VR 全景技术，使观众从更加立体的视角观看节目，沉浸在声画中，并且可以通过弹幕、打赏等方式进行互动。有数据显示，观看直播的客户超过 8000 万，湖南卫视的成功表明电视节目使用直播模式不仅能够满足传统电视群众的观看需要，还能够使“网生代”用户的观看需要得以满足，吸引更多年轻的观众[3]。

1.3 突破时间限制

由于受到排期的原因，电视节目的播放时间都是固定不变的，观众只能在固定的时间观看电视节目。尽管数字电视能够点播，但是重复性的内容与观众的观看需要之间还存在一定的差距。因此电视节目必须要突破传统时间上的限制，实现电视节目品牌效应。如《中国新歌声》的南方八大赛区联合视频直播方案提供商盘古云推出了拜托直播，这是我国第一个依据电视节目打造的直播平台[4]。通过新歌声的号召，拜托直播迅速吸引了大量的粉丝，参赛选手通过直播积累了大量的粉丝，节目的群众基础更加牢固。拜托直播使观众与选手能够随时通过平台进行互动交流，使节目的活跃周期得以延长，保证电视节目的热度，扩大电视节目的品牌效应。

1.4 信息报道全面、充分

电视新闻节目承担着重要的信息传播责任，固定的时间中传播的内容也是有限的，直播能够让观众更加全面充分地了解信息。如 G20 峰会期间，中央电视台对峰会进行了不间断的报道，将峰会的盛况多角度、全方位地展示出来。通过电视直播能够使新闻的时效性增强，面对突发情况时，电视的直播车以及摄像机等能够第一时间达到现场，通过直播记录第一手资料，实现信息的采集。当前科学技术快速发展，如果不能进行人工拍摄，还可以利用辅助手段进行直播，比如无人机等，能够使信息传播更加及时、全面。

直播是当前最受欢迎的一种传播方式，能够使电视媒体的及时、高效以及互动性得以弥补。直播行业的发展、先进技术的应用，对电视节目进行直播必然会呈现出更多的精彩，使电视节目焕发出新的精神，更好地吸引观众，能够把握住融媒体时代的机遇，在直播的浪潮中成为最终的受益者。

2. 融媒体时代电视节目直播的有效策略

2.1 准确定位电视直播节目

电视节目直播要想获得更多的关注，提高收视率，策划是极为重要的。策划过程中需要明确信息提供情况，对电视节目的定位进行科学的思考。以旅游节目为例，随着人们生活水平逐渐提高，旅游业实现了良好的发展，电视节目若要直播旅游类的节目，在策划过程中就需要积极宣传，将旅游

城市的地理环境、风土人情以及消费、生活理念等展示出来，让观众观看直播后能够感受到当地旅游的乐趣以及新奇，从而决定自己是否要去这个城市旅游[5]。电视节目策划中，节目定位对于宣传效果会产生极为重要的影响，因此电视节目直播时需要准确定位，凸显电视节目的真实性以及效益。

2.2 明确电视节目特色

电视节目直播过程中，一定要注重节目的新奇，人们对新鲜事物都是好奇的，人们在电视直播中看到自己不知道的东西会十分感兴趣，想去体验、感受。电视直播是通过电视媒介将真实的信息以及景象展示给观众，因此需要保证电视节目直播时具有一定的观赏性，比如自然类的节目，需要让人们通过画面感受到自然的活力与生机。电视节目的直播不仅要让人们观看节目，还需要对信息进行交流，使人们能够通过电视节目的直播学习到知识[6]。比如科普类的节目就可以让人们学习到很多文化知识。电视直播的既视感和节奏感比较强，观看时更加真实，有助于提高观众的观看兴趣。此外在电视节目直播过程中还应注重服务性的体现，以旅游节目为例，电视直播中主持人会一路介绍沿路的风景和美食，观众可以通过电视一同观看，体会城市中的美食以及风土人情，强化宣传效果，增加观众选择旅游的权利[7]。

2.3 科学策划电视节目直播构架

电视节目直播策划过程中必须要有开场置入的基本构架，第一是节目的导视，这主要是对整个直播节目的主题内容进行总结，让观众对直播节目的主题内容有了解，明确观看目的。第二就是主持人的串场，电视节目策划过程中负责人要结合电视节目直播的特点，选择合适的主持人进行直播，主持人在电视直播过程中能够有效地衔接内容，开场时将主题表明，结束时能够总结语言，保证整个节目直播更加连贯，不会出现断档的问题。电视节目直播的前期需要很大的资金投入，提高节目的吸引力，获得固定的观众，保证电视直播节目的收视率能够得到保障。比如美食节目，在直播过程中就需要保证食物的丰富，主持人能够将美食的“美”充分展现出来，结合美食地点的场景、现场的购买人员等进行播放，使节目更加吸引人[8]。

2.4 明确电视直播节目的流程

电视节目直播过程中，还需要明确策划的流程，将每一步操作环节都认真开展，精心准备。首先做好前期的准备工作，要对直播节目的主体进行宣传，设置吸引人的广告语、标志等，结合直播情况选择合适的主持人，并进行直播宣传以及推销。直播过程中，要对投入进行综合性的统计，招募形象代言。组织、利用直播节目中的策划工作人员，建立团队，继续开发策划直播节目。借助于电视台的直播节目效益，与相关资源相结合，积极开展与人民群众互动的项目，使电视节目的收视率得到提升。积极造势，通过网络论坛或发布会的方式进行，使电视节目直播得到很好的宣传与推广，并呈现出新的活力。

3. 结束语

当前信息技术快速发展，新媒体开始大量出现，并且正与传统媒体不断融合。传统媒体受到极大的冲击，为了实现自身的良好发展，就必须要把握住融媒体时代提供的机遇，积极对自身的节目进行创新完善。当前直播是一种比较流行的方式，通过直播能够使既视效果得以强化，为人们提供更多的信息，对人们的思想认识以及行为等产生影响。电视节目的直播能够转变传统电视播出的单调，弥补播出时间的限制，对信息进行更加全面、及时的报道，适应融媒体时代的发展需要，更好地满足人民群众的观看需要，也促使电视节目焕发出新的精神。媒

参考文献

[1] 李爽 . 浅议新媒体时代电视直播创新研究——以央视新闻直播为例 [J]. 新闻研究导刊，2014，11（18）：35，86.

[2] 徐京玲，李烨 . 自媒体时代电视直播重大事件的新趋势——以北京电视台《直通京交会》为例 [J]. 中国广播电视学刊，2012，10（12）：59-61.

[3] 吴伟民，李艳，雷少军 . 直播：新媒体时代电视核心竞争力 [J]. 新闻前哨，2014，10（8）：56.

[4] 汪兴和 . 论新媒体时代区县电视台公信力与传播力的构建——以江宁电视台电视直播节目《向人民汇报》为例 [J]. 西部广播电视，2015，19（12）：164-165.

[5] 丁晓阳 . 电视新闻直播报道创新的理念和思考——以北京电视台大型新闻直播节目“行·动北京”为例 [J]. 新闻与写作，2015，12（12）：73-75.

[6] 刘亚楠 . 融媒体时代电视节目主持人的个性化分析 [J]. 西部广播电视，2016，10（11）：165-166.

[7] 耿海鹰 . 融媒体时代用“工匠精神”打造传统媒体新优势 [J]. 电视研究，2016，4（6）：36-37.

[8] 王贞 . 融媒体时代电视节目主持人的角色定位 [J]. 中国广播电视学刊，2015，10（12）：68-69.

（作者单位：临沂市广播电视台）